广电传统媒体与新兴媒体技术融合之路

摘　要：新兴媒体是网络技术与信息内容融合发展的产物，广电传统媒体与新兴媒体融合是传媒领域一场重大而深刻的变革。广播电视要适应新的传播环境，传统媒体与新兴媒体技术融合是基础。本文以媒体融合为切入点，在阐述广电传统媒体与新兴媒体技术融合特点的基础上，通过分析广电传统媒体与新兴媒体技术融合的模式，重点探讨了广电传统媒体与新兴媒体技术融合的策略，旨在说明媒体融合的重要性，以期为广播电视的发展提供参考。

关键词：广播电视；传统媒体；新兴媒体；融合
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）08-029-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.08.006

文 / 刘志

前言

随着我国信息技术的发展，新媒体应运而生，新媒体的出现使人们的日常生活发生了巨大变化，对广播电视传播的影响巨大，媒体资源在新兴媒体形态多样、手段先进、具有竞争力的影响下，将潜在的受众市场进行细分，与此同时，媒体传播技术革新呈现出裂变式发展，技术融合的实现为媒体融合奠定了技术基础，使得传统媒体与新兴媒体的融合成为大势所趋。当前，数字和信息技术的发展使传统媒体机遇与挑战并存，如何融合广电传统媒体与新兴媒体，走广电传统媒体与新兴媒体融合技术之路，是当前广播电视发展关注的焦点。因此，探索广电传统媒体与新兴媒体融合技术之路具有十分重要的现实意义。

1. 广电传统媒体与新兴媒体技术融合的特点

媒体融合是一个长期、复杂、循序渐进的过程，从广电传统媒体与新兴媒体技术融合的特点上看，主要有三大特点，即多种融合模式并行、技术手段不断趋同、凸显用户主体作用，其具体内容如下。

1.1 多种融合模式并行

多种融合模式并行是广电传统媒体与新兴媒体融合的特点之一。广电媒体的性质决定其融合发展的定位与走向，广播电视与新兴媒体将长时间并存发展，大力推进新技术在广播电视领域的应用，促进广电传统媒体与新兴媒体技术融合，推动广播电视媒体转型升级，二者的融合将出现多种融合模式，多种功能和多重价值将被开发，多业态跨界协同趋势明显。

1.2 技术手段不断趋同

技术手段不断趋同是广电传统媒体与新兴媒体融合的又一特点。广电传统媒体受新兴媒体的影响，在深度融合的过程中，技术手段不断趋同，一方面广电传统媒体和新兴媒体通过优势互补，各自吸收对方的优势，提高传媒水平；另一方面广电传统媒体在与新兴媒体融合过程中，坚持一体发展和协同发展，技术使用的门槛将会降低，力求突破传统传播路径，重视社交性和互动性，以此巩固和拓展主流媒体舆论阵地。

1.3 凸显用户主体作用

广电传统媒体与新兴媒体融合的特点还表现在凸显用户主体作用方面。互联网最宝贵的资源就是庞大的用户，新兴媒体与传统媒体最大的区别就是以用户为导向。当今，传媒业已经开始进入媒体大融合的时代，用户的主体性正日益得到各方面的重视，广电传统媒体与新兴媒体融合，只有抓住用户、集聚用户、粘住用户，全方位提升自身的影响力和引导力，全面满足用户丰富多样的信息需求，才能以服务激活用户。

2. 广电传统媒体与新兴媒体技术融合的模式

当前，新兴媒体被广泛应用并不断推陈出新，广电传统媒体与新兴媒体技术融合主要有四种模式，分别是用户广泛管理模式、优质内容独播模式、电视节目电商模式、本地生活服务模式，其具体内容如下。

2.1 用户广泛管理模式

广电传统媒体与新兴媒体技术融合模式，在用户广泛管理模式上做了尝试，并取得了一定成效。以中央电视台为代表的国家级媒体，传媒产业管理体制涉及范围的广泛性和类型的多样性，决定了其建立除电视频道之外的其他分发渠道，依靠多样化的内容与产品，用多样化渠道经营覆盖最广泛的用户，这种模式逐渐成为广电媒体融合的主流模式。

2.2 优质内容独播模式

以优质的内容为资本，在广电传统媒体与新兴媒体技术融合中，依赖于优质内容实施独播战略，创建的优质内容独播模式，较受传媒的青睐。比较有代表性的应属湖南广播电视台。以湖南广播电视台为例，芒果 TV 系湖南广播电视台的新媒体机构，旨在打造以“芒果”为品牌的媒体生态圈。“芒果独播战略”台网融合战略计划，

通过自身的优质内容把观众引导为移动用户，大幅提升了芒果 TV 的关注度和影响力。

2.3 电视节目电商模式

以电视节目电商化路径为特点的电视节目电商模式，也是广电传统媒体与新兴媒体技术融合的模式之一。电视媒体通过探索与电商的合作形式和途径，即在电商平台开通官方店开拓 T2O（TV to ONLINE）的全新商业模式，同步出售节目中相关或专属定制产品。中央电视台、东方卫视、旅游卫视等电视台作出了有益尝试，其中，以中央电视台《舌尖上的中国 2》为代表，舌尖系列的美食是大家身边耳熟能详的美味，同步开售每期节目中的食材和美食菜谱，根据美食节目的特点进行内容价值的再创造，更深入地实现了挖掘节目的价值。

2.4 本地生活服务模式

生活服务业是关系到人们衣食住行的传统行业，本地生活服务模式，在广电传统媒体与新兴媒体技术融合模式中也比较有代表性。顾名思义，本地生活服务模式就是立足于本地服务，打造基于本地新闻生活服务类产品，由于各地之间的差异性，现已逐渐形成各具特色的融合发展模式。苏州广播电视台“名城网”+“无线苏州”依托传统媒体发展优势，增加了公共信息查询平台、应急信息发布平台、生活服务平台、移动电商互动平台，积极探索城市广电新媒体产业发展之路，是广电领域信息服务综合平台的典型发展范例。

3. 广电传统媒体与新兴媒体技术融合的策略

为进一步提高广电传统媒体与新兴媒体技术融合水平，在了解广电传统媒体与新兴媒体融合的特点及模式的基础上，广电传统媒体与新兴媒体融合的策略可以从以下几个方面入手，下文将逐一进行分析。

3.1 满足用户需求为导向

满足用户需求为导向是广电传统媒体与新兴媒体融合的关键。无论是广电传统媒体还是新兴媒体，以用户需求为导向，不断调整对产品和平台的投入、研发，以满足受众对多方信息传播的需求，无疑可以实现广电传媒效果“质”的飞跃。在具体做法上，广播电视媒体要保住主阵地，应加大对用户群体需求的研究，借助广电网络、多终端覆盖以及用户规模等，创造新的服务和价值。

3.2 坚持生产优质的内容

坚持生产优质的内容是广电传统媒体与新兴媒体融合的重要环节。媒体融合发展须坚守优质内容，在内容生产、采编流程等方面深度融合，将新技术转化为广电传媒的内容新优势，实现传统媒体和新兴媒体优势互补，用理念创新提高融合生产力，展示上实现多媒体化，创作篇幅短小、鲜活快捷、特点突出的资讯，尽可能通过优质内容吸引流量，以新媒体的基因改造传统广播电视，坚持正确导向，生产优质内容。

3.3 积极应用新渠道传播

积极应用新渠道传播对广电传统媒体与新兴媒体融合至关重要。媒体融合背景下，现代化信息技术的应用使传播信息的方式逐渐改变，树立平台思维，积极应用新渠道传播，通过微博、微信、客户端、网站等渠道，推动广播电视业务多样化、平台化、快速化发展，有效的多媒介整合报道。可以实现新闻信息一次采集、多种生成、多元传播。

3.4 重视新媒体团队建设

重视新媒体团队建设是广电传统媒体与新兴媒体融合的有效举措。媒体融合的主要工具就是建设和运营，广播电视与新兴媒体产业的深度融合，离不开一支具有互联网思维、适应新的传播业态的媒体人才队伍。对广播电视行业而言，应高度重视新媒体团队建设，通过培训、招聘、考核等方式激活媒体从业人员，有步骤、有重点地强化新兴媒体业态人才的培养，挖掘具有互联网思维的媒体人才，加大新兴媒体技术研发，借助人才的技术优势，实现跨越融合发展。

结语

总之，以数字媒体、网络媒体等为代表的新媒体时期，互联网对传统广电行业的冲击越来越明显。广电传统媒体与新兴媒体融合技术之路任重道远，要做好广电传统媒体与新兴媒体的深度融合，发挥传统媒体与新兴媒体的合力，应以满足用户需求为导向、坚持生产优质的内容、积极应用新渠道传播、重视新媒体团队建设，积极探索广电传统媒体与新兴媒体融合的策略，只有这样，才能最大化发挥广电传媒的作用，促进广播电视事业的发展。媒

参考文献

[1] 王峰 . 对传统媒体和新兴媒体融合发展之路的一些思考 [J]. 中国传媒科技，2014（9）.

[2] 廖海波 . 关于传统媒体与新兴媒体融合发展的问题思考 [J]. 新媒体研究，2015（2）.

[3] 方田，黄梦田 . 传统媒体与新兴媒体融合的现状与困境 [J]. 新闻研究导刊，2016（12）.

[4] 印兴娣 . 广播电视人才培养的互联网思维研究 [J]. 江苏理工学院学报，2015（2）.

[5] 柴晓春 . 对州市广播电视台与新媒体融合发展的若干思考 [J]. 科技视界，2017（2）.

[6] 胡宝祥 . 产品再造 流程再造 体系再造——媒体融合发展的若干思考 [J]. 中国报业，2014（21）.

（作者单位：泗县广播电视台）